

Samu Heinonen

Huoltomyyjän prosessin kuvaus

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Ajoneuvotekniikka

Insinöörityö

7.5.2018

Tekijä Otsikko	Samu Heinonen Huoltomyyjän prosessin kuvaus
Sivumäärä Aika	25 sivua + 1 liite 7.5.2018
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Ajoneuvotekniikka
Ammatillinen pääaine	Jälkimarkkinointi
Ohjaajat	Huoltovastaava Tero Heikkinen, Autokeskus Oy Airport Tutkintovastaava Pertti Ylhäinen
<p>Tämä opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona Autokeskus Oy Airportille. Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena työnä, ja se käsittelee huoltomyyjän prosessia ja siihen liittyvän asiakaspalvelun merkitystä. Työn tavoitteena on kuvata huoltomyyjänä toimimista Autokeskus Oy Airportissa ja koota asioita, joita uusi työntekijä tarvitsee siinä onnistuakseen.</p> <p>Opinnäytetyö käsittelee huoltomyyjän prosessiin liittyviä vaiheita ja asiakaspalvelun merkitystä niissä. Huoltomyyjän prosessi koostuu ensivaikutelmasta, ajanvarauksesta, asiakkaan vastaanotosta ja informoinnista sekä luovutuksen valmistelusta, ajoneuvon luovutuksesta ja mahdollisista uusintakäynneistä. Asiakaspalvelua käsittelevässä jaksossa tarkastellaan asiakaspalvelun tavoitteita ja asiakaspalvelun laatua, riittävien resurssien merkitystä sekä vastaväitteiden käsittelyä.</p> <p>Työn tuloksena syntyi toimeksiantajayrityksen BMW-huollolle huoltomyyjän päivittäisistä tehtävistä oma toimintaohje, joka auttaa uusia työntekijöitä selviytymään hankalimmistakin töistä. Ohje kuvaa huoltomyyjän prosessin järjestelmien käytön näkökulmasta eli antaa ohjeet järjestelmien käyttöön prosessin eri vaiheissa.</p>	
Avainsanat	Huoltomyyjä, huoltomyyjän prosessi, asiakaspalvelu

Author Title	Samu Heinonen Service Advisor's Process
Number of Pages Date	25 pages + 1 appendix 7 May 2018
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Automotive Engineering
Professional Major	After Sales Engineering
Instructors	Pertti Ylhäinen, Senior Lecturer Tero Heikkinen, Service Manager, Autokeskus Oy Airport
<p>This Bachelor's thesis was carried out as an assignment for Autokeskus Oy Airport. The thesis deals with service advisor's process and its significance in customer service. The idea for this thesis came from the writer's own experience, because the company does not have any guide for new employees at the moment. The aim was to give a holistic view of working as a service advisor in Autokeskus Oy Airport and what a new employee needs in order to succeed at work.</p> <p>The theoretical framework explains the service advisor's process and the importance of customer service. The service advisor's process includes the first impression, making an appointment, customer reception and informing about as well as the preparation of the handover, vehicle transfer and possible return visits. In addition, customer service includes objectives, customer service quality, working atmosphere, resources and objections.</p> <p>As a result of the thesis a guide for the company's BMW service was created, and it includes the service advisor's daily tasks. This guide helps new employees to cope even with the most challenging tasks. The guide includes the whole service advisor's process including the software used during the process, and gives instructions on how to use the software during different stages of the process.</p>	
Keywords	Service advisor, service advisor's process, customer service

Sisällys

Lyhenteet ja käsitteet

1	Johdanto	1
1.1	Työn tavoitteet ja toteutus	1
1.2	Toimeksiantajan esittely	2
1.3	Huollon henkilöstörakenne	2
2	Huoltomyyjän prosessi	4
2.1	Huoltomyyjän prosessin vaiheet	4
2.2	Ensivaikutelma asiakaskohtaamisessa	5
2.3	Ajanvaraus	6
2.4	Asiakkaan vastaanotto	8
2.5	Huollon suorittaminen ja asiakkaan informointi	11
2.6	Luovutuksen valmistelu	12
2.7	Auton luovutus asiakkaalle	13
2.8	Uusintakäynnit	14
3	Asiakaspalvelun merkitys huoltomyyjän prosessissa	15
3.1	NPS-luku asiakastyytyväisyyden mittarina	15
3.2	Asiakaspalvelun laadun merkitys	16
3.3	Resurssit	18
3.4	Vastaväitteiden käsittely	19
4	Huoltomyyjän toimintaohje huoltomyyjän prosessin läpivientiin	22
4.1	Toimintaohjeen suunnittelu ja tavoitteet	22
4.2	Lopputulos	22
5	Yhteenveto	23
	Lähteet	25
	Liitteet	
	Liite 1. Huoltomyyjän toimintaohje (salattu)	

Lyhenteet ja käsitteet

Automaster Autokeskuksella käytettävä toiminnanohjausjärjestelmä.

ISPA Next BMW-huollossa käytettävä ohjelma, josta saadaan huoltotiedot.

KSD *Kaufmännische Service Daten*. Osien vaihtotyön ohjeaikaluetelo.

NPS *Net Promoter Score*. Asiakastyytyväisyyden suosittelemusluku.

1 Johdanto

Tällä hetkellä kilpailu autoalalla on kovaa ja monella eri mittarilla mitataan, miten huoltomyyjät suoriutuvat päivittäisistä tehtävistä ja asiakaspalvelusta. Alan ja sen prosessien kehittyessä huoltomyyjille tulee myös uusia sovelluksia ja järjestelmiä opeteltavaksi. Edellä mainittujen asioiden hallitsemisessa ja muistamisessa on siis paljon haasteita.

Toimeksianto työhön tuli Autokeskus Oy:n Airportin toimipisteeltä, jossa insinööritöön tekijä on itse töissä. Opinnäytetyön aiheena on huoltomyyjän prosessi ja asiakaspalvelun merkitys prosessissa, ja työn tuloksena syntyy erillinen toimintaohje tukemaan BMW-huoltomyyjiä Autokeskus Airportiin. Aihe syntyi tekijän mietittyä, miten itse sai oman koulutuksensa uutena työntekijänä, ja hänen pohdittuaan sitä yhdessä vastuhenkilön kanssa tuntui aihe tarpeelliselta. Aikaisemmin perehdyttäminen huoltomyyjän työtehtäviin on tapahtunut kokeneempien huoltomyyjien toimesta itse työn ohessa. Tällä hetkellä yrityksellä ei siis ole uusille huoltomyyjille jaettavaa materiaalia, josta voisi itse opiskella työssä tarvittavia taitoja ja menetelmiä. Opinnäytetyö tulisi tukemaan huoltomyyjiltä opittuja asioita.

1.1 Työn tavoitteet ja toteutus

Työn tavoitteena on kerätä huoltomyyjän työtehtäviin liittyvää perustietoa huoltomyyjän avuksi ja edellä mainitun pohjalta luoda toimintaohje BMW-huoltomyyjille Autokeskus Airportiin. Toimintaohjeen tarkoitus onkin opastaa uutta huoltomyyjää päivittäisessä käytössä olevien järjestelmien käytössä. Tavoitteena on luoda toimintaohjeesta päivitettävä, niin että sitä pystytään muokkaamaan ajansaatossa ja toimintatapojen muuttuessa.

Opinnäytetyö koostuu kahdesta pääluvusta, jotka ovat huoltomyyjän prosessi ja asiakaspalvelun merkitys tässä prosessissa. Työn ulkopuolelle on rajattu esimerkiksi takuuanomukset, sillä niiden hallitsemiseen tarvitaan virallinen maahantuojan tarjoama koulutus. Huoltomyyjän prosessi -luku kuvaa huoltomyyjän tehtävät Autokeskus Airportissa vaiheittain asiakkaan vastaanotosta aina auton luovutukseen asti. Toisessa teorialuvussa käsitellään asiakaspalvelun merkitystä prosessin eri vaiheissa ja

huoltomyyjän palvelualltiuden merkitystä prosessin onnistumisen kannalta. Asiakaspalvelua tarkastellaan sen laadusta aina vastaväitteiden käsittelyyn asti. Tuotososuus taas koostuu toimintaohjeen suunnittelusta ja toteuttamisesta. Tarkoituksena on saada uudet työntekijät perehdytettyä nopeammin ja helpommin sekä ennen kaikkea syvällisemmin huoltomyyjän työhön.

Kirjoittaja työskenteli huoltomyyjänä vuoden ajan ja keräsi lisäksi eri kirjalähteitä, joiden pohjalta opinnäytetyö suoritettiin. Työ toteutettiin aikavälillä helmikuu – huhtikuu 2018.

1.2 Toimeksiantajan esittely

Autokeskus on Suomalaisen Aro-Yhtymän Oy:n omistama täyden palvelun jälleenmyyntiketju. Yrityksen automerkkiedustukset, joilla on myös valtuutettu merkkihuolto, ovat Nissan, Ford, BMW, Peugeot ja Škoda. Edellisten lisäksi Autokeskus Oy:lla on valtuutettu Fiat-, Alfa Romeo-, Jeep-, Chrysler-, Dodge-, Mini- ja viimeisimpänä lisäyksenä Citroen-merkkihuolto. Autokeskus Oy on Suomen suurin Nissan-jälleenmyyjä.

Autokeskus Airportin toimipiste sijaitsee lähellä Helsinki-Vantaan lentokenttää hyvien kulkuyhteyksien päässä. Autokeskus Oy:n muut toimipaikat sijaitsevat neljällä eri alueella, jotka ovat pääkaupunkiseutu, Pirkanmaa, Varsinais-Suomi ja Kanta-Häme. Toimipisteet ovat Autokeskus Oy Konala Helsinki, Autokeskus Oy Airport Vantaa, Autokeskus Oy Olari Espoo, Autokeskus Oy Tampere, Autokeskus Oy Raisio, Autokeskus Oy Turku ja Autokeskus Oy Hämeenlinna. Lisäksi yrityksellä on kolme outlet-myymälää, joissa myydään pelkästään vaihtoautoja.

1.3 Huollon henkilöstörakenne

Jokaisella yrityksellä on omalainen henkilöstön rakenne. Kuvasta 1 nähdään Autokeskus Airportin BMW-huollon henkilöstörakenne, joka koostuu huoltovastaavasta, neljästä huoltomyyjästä, kahdesta hallityönjohtajasta ja 12 mekaanikosta. Pääsääntöisesti edellä mainitut työskentelevät itsenäisesti, mutta haastavimmissa tilanteissa huoltovastaava auttaa tilanteiden ratkaisemisessa.



Kuva 1. Autokeskus BMW-huollon henkilöstö

Huoltovastaavana toimii tällä hetkellä Tero Heikkinen, joka seuraa korjaamon päivittäistä läpimenoa ja kantaa vastuun korjaamon toiminnasta. Lisäksi muun muassa palaverien ja kehityskeskusteluiden suunnittelu ja toteutus kuuluvat huoltovastaavan toimenkuvaan. Asiakaspalvelun laadusta vastaa puolestaan neljä huoltomyyjää, jotka ovat tiskillä ja puhelimitse kohtaamisissa asiakkaiden kanssa. Huoltomyyjät tekevät pääsääntöisesti ajanvarauksia, asiakaspalvelua ja kiireellisempinä aikoina myös laskutusta.

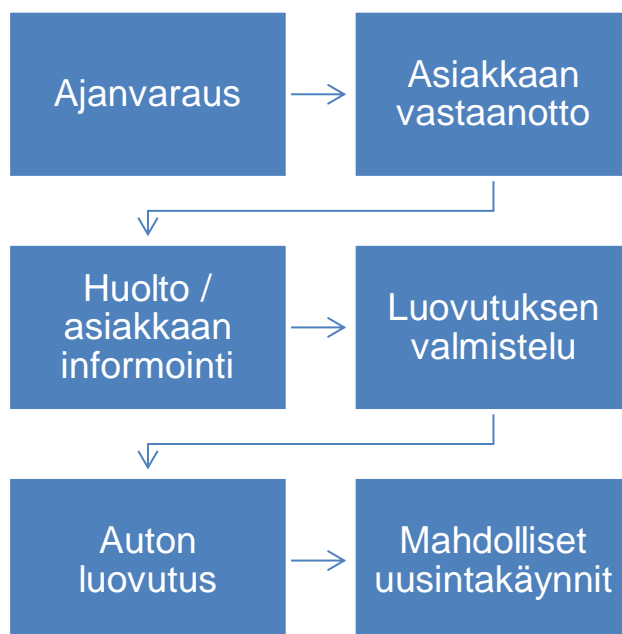
Hallityönjohtajien tärkein tehtävä on päivän töiden laskuttaminen. Tämän lisäksi he vastaavat asiakkaiden kontaktoinnista korjauslupien ja niiden suorittamisten osalta sekä ovat mekaanikkojen apuna. Mekaanikoista jokaisella on oma nosturipaikka, jossa annetut työmääräykset tehdään.

2 Huoltomyyjän prosessi

Tässä luvussa käydään läpi huollon prosessi huoltomyyjän osalta sekä kuvataan heidän päivittäisiä työtehtäviään. Luvun tarkoituksena on antaa kokonaisvaltainen kuva siitä, mistä prosessi koostuu ja mitä kaikkea kyseisessä prosessissa tulee ottaa huomioon.

2.1 Huoltomyyjän prosessin vaiheet

Huoltomyyjän prosessi (kuva 2) alkaa ensikontaktista asiakkaan kanssa ja johtaa ajanvaraukseen. Ensi kohtaaminen voi tapahtua puhelimitse, kasvotusten tai netissä, minkä jälkeen huoltomyyjä vastaanottaa varauksen ja kirjaa sen järjestelmään. Tämän jälkeen tapahtuu asiakkaan vastaanotto huollon tiskillä, jolloin saadaan selville auton todelliset huoltotarpeet. Selvitettyjen huoltotarpeiden pohjalta suoritetaan huolto ja informoidaan asiakasta tarvittaessa joka tilanteessa. Lopuksi valmistellaan auton luovutus ja toteutetaan se.



Kuva 2. Huoltomyyjän prosessin kuvaus

Jokainen prosessi on erilainen, asiakkaasta ja ajoneuvosta riippuen. Prosessin toteutus tapahtuu kuitenkin saman periaatteen (kuva 2) mukaisesti, huomioiden nämä

erityispiirteet joka kerta. Erityishuomiota tulee kiinnittää ensi kohtaamiseen ja asiakkaan kuunteluun, jotta saadaan luotua pitkäkestoinen suhde asiakkaaseen ja mahdollistetaan uudelleenasiointi.

2.2 Ensivaikutelma asiakaskohtamisessa

Ensivaikutelma on tärkeä osa asiakaspalvelutilannetta. Aarnikoivun (2005: 94) mukaan ensivaikutelma syntyy jo ensimmäisen kahdeksan sekunnin aikana. Ensi kohtaamisella annetaan asiakkaalle vaikutelma itsestä ja yrityksestä. Tärkeitä ensi kohtaamisen piirteitä ovat reipas palveluasenne, itsevarma ote, katsekontakti asiakkaaseen ja positiivinen suhtautuminen asiakkaaseen. Asiakaspalvelijan pitää olla heti valppaana asiakkaan astuessa liikkeeseen; näin voidaan heti vaikuttaa positiivisesti asiakkaaseen. Huoltomyyjän tulisikin esimerkiksi kiireestään huolimatta tervehtiä jokainen ovesta sisään astuva asiakas. Ensi kohtaamista ei voida suorittaa uudelleen, vaan koko ensivaikutelma luodaan yhdessä hetkessä, jolloin voidaan saada asiakkaan luottamus.

Hyvällä ensivaikutelmalla voidaan vaikuttaa asiakkaan mieleen ja synnyttää positiivinen kehä. Tämän perusteella asiakas antaa tarvittaessa enemmän anteeksi ja on positiivinen pienistä virheistäkin huolimatta. Mikäli asiakkaalle tulee negatiivinen ensivaikutelma yrityksen toiminnasta, on sitä vaikea kääntää positiiviseksi. Negatiivinen asiakas ei anna virheitä anteeksi ja on kriittinen. Asiakaspalvelijan henkilökohtaiset taidot ovat suuressa osassa, kun negatiivista asiakasta yritetään käännä positiiviseksi. (Aarnikoivu 2005: 94.)

Mikäli asiakasta ei toivoteta tervetulleeksi tai laiminlyödään vastaanotto, saadaan heti aikaan huonoasiakaspalvelutilanne. Opinnäytetyön tekijän kokemusten mukaan voidaan saada turhia huonoja palautteita huollosta, mikäli asiakasta ei ole tervehditty. Asiakas voi ajatella, ettei ole tervetullut yritykseen ollenkaan, vaikka kyse voikin olla huoltomyyjän kiireellisyydestä. Tämä ilmenee asiakkaalle myös henkilöstön kouluttamattomuutena. (Rubanovitsch ym. 2007: 67, 74.)

2.3 Ajanvaraus

Ajanvaraus lähtee useimmiten asiakkaan omasta toiveesta saada auto huoltoon tai korjaukseen. Yleensä asiakas ottaa siis itse yhteyttä huoltoon joko puhelimitse tai muiden kanavien kuten esimerkiksi sähköisen ajanvarauslomakkeen kautta. Kirjoittajan kokemuksen mukaan yleisin tapa varata aika on soittaa puhelimella, mutta online-varauksetkin ovat lisääntymässä. Kuvassa 3 on Autokeskus Airportin sähköinen ajanvarauslomake, jonka asiakas voi täyttää ja lähettää varatakseen ajan huollolle. Asiakkaan lähetettyä lomakkeen, se menee Autokeskuksen sivuilla olevaan tietokantaan, josta huoltomyyjä vahvistaa varauksen kirjattuaan sen ensin Autokeskuksella käytössä olevaan toiminnanohjausjärjestelmään, Automasteriin. Ajanvaraus on myös ensi kontakti asiakkaaseen, millä on tärkeä rooli koko prosessin läpiviennin kannalta.

AUTON TIEDOT

Rekisterinumero

Merkki

Malli

Käyttöönottovuosi

Ajokilometrit

Auton omistus

HUOLLON TIEDOT

Huollon tyyppi
☒ Määräaikaishuolto
☐ Kausihuolto
☐ Muu korjaus

Toimipiste


Toivottu aika
Valitse toivomasi vapaa huoltoaika suoraan alla olevasta kalenterista tai lisää toivomasi huoltoaika lisätietokenttään. Olemme teihin yhteydessä ja vahvistamme tilauksenne.
Edellinen viikko

Maaliskuu - Viikko 10				
Ma	Ti	Ke	To	Pe
05.03.	06.03.	07.03.	08.03.	09.03.
07:15		VAPAA		
09:15			VAPAA	
11:15	VAPAA		VAPAA	
13:15				

Seuraava viikko

Auton nouto

Sijaisauto



TERVETULOA HUOLTOON
Tällä lomakkeella voit lähettää huollon ajanvarauskyselyn mihin tahansa BMW-merkkihuoltopisteeseemme. Otamme Sinuun yhteyttä ja vahvistamme huoltoajan. Täytä lomakkeelle mahdollisimman tarkat tiedot haluamastasi huoltotoimenpiteistä.

BMW MÄÄRÄAIKAISHUOLTO (SIA)
Määräaikaishuoltomme tukee autosi liikenne- ja käyttöturvallisuuden säilymistä. Huollossa otetaan huomioon myös mukavuustekijät. Esimerkiksi se, että sisätilan suodattimet tulevat vaihdetuksi ajoissa. Määräaikaishuolto-ohjelma koostuu kolmesta eri huollosta: Öljyhuolto / 1. Huolto / 2. Huolto. Tarkista autosi huoltovihosta vuorossa oleva määräaikaishuolto.

BMW TARPEENMUKAINEN HUOLTO (CBS)
CBS-järjestelmä rekisteröi jatkuvasti autosi huoltotarpeen. Kulutusosien kuntoa ja nestetasoja valvotaan jatkuvasti antureilla. Näiden tietojen perusteella CBS laskee optimaalisen ajankohdan seuraavalle huololle.

TEKNISET KAMPANJAT
Huolloissa varmistamme onko autoon tehty kaikki autonvalmistajan vaatimat turvallisuuteen, ympäristöystävällisyyteen tai luotettavuuteen liittyvät asiakkaalle maksuttomat tekniset kampanjat, tarpeen mukaan suoritamme ne.

AJANVARAUSEN ONLINE-KALENTERI
Online-kalenteristamme näet kaikki vapaat ajat ja voit valita helposti itsellesi parhaiten sopivan ajan. Kun valitset lomakkeelta huollon tyyppiä määräaikaishuollon sekä haluamasi toimipisteen, kalenteri avautuu. Klikkaa sopivaa aikaa ja lähetä varaus meille. Vahvistamme ajanvarauksesi henkilökohtaisesti!

ILTAHUOLTO
Online-kalenteristamme näet myös vapaat iltahuoltoajat.

Kuva 3. Sähköinen ajanvarauslomake (Autokeskus Oy 2018).

Ensimmäisenä huoltomyyjä tarvitsee rekisterinumeron, jonka avulla asiakas tunnistetaan ja asiakastiedot haetaan Automasterista, johon tiedot tulevat Trafín kautta. Samalla varauksen yhteydessä tarkistetaan yhteystiedot ja käydään läpi asiakkaan

nimi, puhelinnumero, sähköposti ja osoitetiedot. Seuraavaksi arvioidaan huoltotarvetta syöttämällä runkonumeron seitsemän viimeistä numeroa ISPA Next -ohjelmaan, joka kertoo auton huoltotarpeet. Mikäli asiakas on paikan päällä varaamassa aikaa huoltoon, on parempi lukea autonavain, jotta saadaan tietää tämänhetkinen huoltotarve. Huoltotarpeen määrittämisessä on eroa, lukeeko avaimen vai tarkasteleeko runkonumeron numeron perusteella auton tietoja. Runkonumeron perusteella voidaan arvioida tulevaa huoltotarvetta edellisten huoltojen perusteella. Avaimenlukulaite on suoraan yhteydessä Ispa Nextiin, jonka kautta nähdään muun muassa ajatut kilometrit, sähköinen huoltohistoria ja tehtaan avoimet kampanjat.

Mikäli asiakas varaa soittamalla aikaa huolto- tai korjaustoimenpiteille, haetaan rekisterinumeron perusteella ajoneuvon tiedot. Perustietojen täytön jälkeen voidaan aloittaa ajanvarauksen täyttäminen eli kirjataan tulevat työt, vikoihin liittyvät lisätiedot ja kaikki mekaanikolle menevä informaatio tulevasta työstä. Jokainen erillinen työ kirjoitetaan omaksi otsikokseen, jotta saadaan selkeytettyä työmääräyksen ulkoasua. Otsikoiden alapuolelle kirjataan tarpeelliset lisätiedot mekaanikkoa varten.

Vianmääritysten osalta huoltomyyjän tulee kirjata tarkasti huomiot viankuvauksesta asiakkaan haastattelun pohjalta. Työmääräyksen hyvällä esitäytöllä saadaan säästettyä mekaanikolta aikaa, jolloin hän tietää viasta jo paljon enemmän. Hyvän esitäytön pohjana toimivat siis perusteelliset kysymykset, joilla saadaan vika kohdennettua tarkemmin ja nopeammin. Nopeamman vian kohdentamisen ja korjaamisen myötä säästetään asiakkaalle syntyviä kustannuksia. Tätä varten Autokeskuksen kotisivuilla on häiriölomake, jonka asiakas voi täyttää ja lähettää yritykselle valmiiksi nopeuttaakseen vianmäärittelyn kirjaamista. Häiriölomakkeen puuttuessa huoltomyyjä voi tiedustella vian ominaisuuksista esimerkiksi alla olevien kysymysten avulla:

- Minkälainen ääni, värinä tai kolina on kyseessä?
- Mistä ääni kuulostaa tulevan?
- Minkälaisessa tilanteessa häiriö ilmaantuu, esimerkiksi kiihdytyksessä, tasakaasulla vai jarrutuksessa?
- Missä ajonopeudessa tai millä kierrosalueella häiriö tulee?
- Onko sää vaikuttanut asiaan ja onko vika ilmennyt useammin?
- Onko vikaa korjattu aikaisemmin ja jos on niin mitä viimeksi on tehty?

- Onko autoon jälkikäteen asennettu lisälaitteita?

Huoltotarpeiden perusteella tilataan tarvittavat osat korjauksia varten. Osien tilaus tapahtuu samaan aikaan ajanvarauksen täytön yhteydessä. Aina osia ei välttämättä ole valmiiksi varastossa, jolloin Automaster ilmoittaa puutteesta ja pyytää tekemään tilauksen tarvittavista osista. Normaalitoimituksella osat tulevat kolmessa arkipäivässä, mutta kiireellisellä aikataululla ne saadaan myös lentona korjaamolle seuraavaksi arkipäiväksi. KSD (Kaufmännische Service Daten) -nimisestä ohjelmasta saadaan työajat erilaisille osien vaihdoille sekä myös valmiita huoltopaketteja.

Kaiken tiedon ollessa ajanvarauksella annetaan asiakkaalle mahdollisuuksien mukaan kustannusarvio huollosta. Seuraavaksi varataan sopiva aika ja mekaanikko tulevalle työlle. Varaus tehdään Automasterissa olevaan korjaamon kalenteriin, missä jokaisella mekaanikolla on oma kalenterinsa. Huoltomyyjä kertoo vielä lopuksi asiakkaan kanssa tulevat työt, jotta kaikki on varmasti kirjoitettu muistiin. Samalla tarkastetaan myös, että kaikki tarvittavat osat ovat varmasti lähteneet tilaukseen, jotta asiakkaan huolto saadaan toteutettua asianmukaisesti aikataulussa.

Lopuksi tiedustellaan, tarvitseeko asiakas sijaisautoa vai jääkö hän odottamaan auton valmistumista. Pienemmät työt sujuvat odottaessa, ja niille on oma kalenterinsa Autokeskuksen sivuilla. Mikäli asiakas jää odottamaan huollon suoritusta paikan päälle, kirjataan se ajanvaraukselle mekaanikoille tiedoksi. Jos asiakas sen sijaan tarvitsee sijaisauton, voidaan se varata Automasterista huoltopäivälle.

2.4 Asiakkaan vastaanotto

Asiakkaan vastaanotto on tärkeä askel palvelukokemuksen onnistumisen kannalta, sillä siinä luodaan vaikutelma koko prosessista. Tervehtimisen jälkeen voidaan avata puheenvuoro esimerkiksi lauseella ”Kuinka voin auttaa teitä?”. Mikäli asiakkaan muistaa entuudestaan, voi puhumisen aloittaa tuttavallisemmin. Asiakas kyllä huomaa, mikäli huoltomyyjä on monotoninen ja poissaoleva, joten kiinnitetään huomio asiakkaaseen olemalla läsnä ja innostunut asiakkaan puhuessa. (Evenson 2005: 109–111.)

Jokainen asiakas otetaan vastaan henkilökohtaisesti ja kaikkia kohdellaan tasavertaisesti. Kontaktin luomisen jälkeen pyydetään asiakkaan autonavain ja kysytään ajoneuvon rekisterinumero. Tämän jälkeen auton rekisterinumero syötetään Automasteriin ja haetaan oikea ajanvaraus. Kun oikea ajanvaraus on löydetty, kerrataan asiakkaan yhteystiedot ja tarkastetaan autonomistaja eli onko kyseessä jonkin yrityksen leasingauto vai asiakkaan oma auto.

Asiakkaan vastaanoton yhteydessä luetaan myös avaimenlukijalla autonavain, jotta saadaan tietää tämänhetkiset huoltotarpeet ISPA Next -ohjelmasta. Tämän jälkeen ohjelman antamia huoltotietoja verrataan ajanvarauksessa tehtyihin huoltotarvearvioihin. ISPA Next -ohjelmasta selvinneet lisähuollot lisätään Automasteriin tehdyille ajanvaraukselle tai vastaavasti poistetaan sinne kirjatut tarpeettomat huollot. Avain tulee lukea joka kerta, kun asiakas tuo auton huoltoon tai korjauksiin. Tämä jättää merkinnän avaimenluvusta ja sillä on merkitystä esimerkiksi takuutöiden anomisissa. Lopuksi tulostetaan huoltokaavakkeet ja merkitään huolto sähköiseen huoltohistoriaan.

Huoltotarpeen käsittelyn jälkeen tiedustellaan vielä asiakkaalta mahdollisista ajanvarauksen ja asiakkaan vastaanoton välillä ilmenneistä uusista vioista, jotta tarvittavat korjaukset saadaan hoidettua yhdellä kertaa. Tämän jälkeen tarkistetaan, että ajanvarauksella on kaikki toimenpiteet kirjattuina ja että kaikki tarvittava on myyty, kuten esimerkiksi öljyn jätemaksu. Lisäksi tässä vaiheessa annetaan kustannusarvio asiakkaalle huollon tai korjauksien hinnasta, mikäli se on mahdollista.

On hyvä muistaa kysyä asiakkaalta lisämyynnit, kuten tuulilasinpyyhkimien sulkien vaihto tai AdBlue-täyttötarve. Kuvassa 4 on BMW Premium Turvan tämänhetkinen hinnasto BMW 3- ja 4 -sarjan autoille (8.3.2018). Esimerkiksi takuunpäättymistarkastuksen yhteydessä tulee asiakkaalta kysyä tarvetta BMW Premium Turvalle, joka kattaa tietyin ehdoin takuuajan jälkeisiä häiriötä. Lisämyynnit on kysyttävä viimeistään asiakkaan vastaanotossa, jotta ei tarvitse huoltopäivän aikana niitä erikseen tiedustella. Pienillä lisämyynneillä saadaan merkittävä lisä yrityksen vuosittaiseen liikevaihtoon. Esimerkiksi tuulilasinpyyhkimien ja niiden vaihtotyön myynnillä 93 euron hintaan vain neljä kertaa viikossa saadaan liikevaihtoa vuodessa jo yli 17 000 euroa huoltomyyjää kohden.

BMW Premium Turva

BMW 3-sarjan Sedan / Touring / Gran Turismo.
 BMW 4-sarjan Coupé / Cabrio / Gran Coupé.
 BMW M3 Sedan & M4 Coupé / Cabrio.

Koodi	Kesto (vuotta / tkm)	Taso	3-sarja 4-sarja	M3 M4
07CG	3/200	Turva	304	731
07CH	4/200	Turva	676	1 612
07CK	5/200	Turva	1 323	3 156

Kuva 4. BMW Premium Turva -hinnasto (Huolenpitosopimushinnasto 2017).

Lopuksi merkitään asiakkaan auton parkkipaikka ajanvaraukseen, muutetaan ajanvaraus työmääräykseksi ja tulostetaan se kahtena kappaleena. Tässä vaiheessa käydään asiakkaan kanssa vielä kerran läpi työmääräyksestä, että kaikki asiakkaan kertomat työt ovat merkittyinä. Tarkistuksen jälkeen huoltomyyjä allekirjoittaa molemmat työmääräykset ja pyytää asiakkaalta toiseen allekirjoituksen korjaamoa varten. Tällä tavoin saadaan hyväksyntä asiakkaalta korjauksille ja korjaamo voi suorittaa asiakkaan luvalla huoltotoimenpiteet. Viimeisimmäksi käydään läpi arvioitu valmistumisajankohta ja valmistumisesta ilmoittamisen tapa. Samalla on hyvä kertoa asiakkaalle yrityksen aukioloajat, jotta on selvää, milloin auto on haettavissa huollosta.

Mikäli asiakkaalle on varattu sijaisauto huollon ajaksi, se luovutetaan työmääräyksen läpikäynnin jälkeen. Sijaisauton luovutusta varten täytetään vuokraussopimus, johon on merkitty tilauksen tiedot. Huoltomyyjä tarkistaa, että paperissa on asiakkaan nimi, puhelinnumero ja henkilötunnus. Jos asiakkaalla ei ole ajokorttia, ei sijaisautoa voida luovuttaa. Ilman ajokorttia ei nimittäin voida varmistua asiakkaan voimassaolevasta ajo-oikeudesta. Tämän jälkeen asiakkaalta on vielä kysyttävä, haluaako hän sijaisauton omavastuuksi 500 euroa vai 17 euron suuruisen omavastuun poiston per vuorokausi. On myös hyvä mainita asiakkaalle sijaisautoon sisältyvä kilometrimäärä, joka normaaleilla määräaikaishuolloilla on 100 kilometriä polttoaineineen.

2.5 Huollon suorittaminen ja asiakkaan informointi

Huoltoa edeltävänä päivänä asiakkaalle lähetetään muistutustekstiviesti, jolla muistutetaan huollon ajankohdasta. Muistutusviesti on tärkeä, sillä sen avulla saadaan asiakas muistamaan huollon ajankohta eikä korjaamolle tule hukka-aikaa asiakkaan unohtaessa ajanvarauksensa. Mikäli asiakas haluaa vaihtaa tai perua huoltoaikansa, hän voi soittaa viestissä olevaan numeroon.

Hallityönjohtajat jakavat työmääräykset mekaanikon omaan työmääräystaulussa olevaan lokeroon huollon suorittamista varten. Ennen työn aloitusta mekaanikko käy vielä työmääräyksen läpi ja kysyy tarvittaessa hallityönjohtajalta lisäselvitykset. Mekaanikko ottaa työmääräyksen, minkä jälkeen ottaa mukaansa tarvittavat auton suojavälineet. Parkkipaikalla mekaanikko tarkastaa auton ja kirjaa havaitsemansa jäljet, kuten esimerkiksi naarmut ja lommot auton ulkopinnalta. Myös ajatut kilometrit merkitään työmääräykseen ennen auton ajoa korjaamolle sisään. Tarvittaessa mekaanikko käy myös ennen korjauksia koeajolla, jotta hän voi havaita asiakkaan mainitseman vian. Tämän jälkeen mekaanikot suorittavat työnsä yksin noudattaen merkkikohtaisia huolto-ja korjausohjeita. Huollon aikana mekaanikko täyttää merkkikohtaista etenemisensä mukaan huoltolomaketta, joka toimii myös mekaanikon muistilistana huollon aikana.

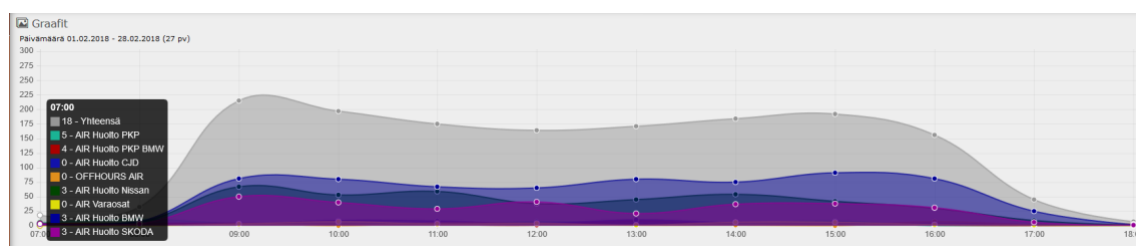
Suuressa osassa huoltoon liittyvissä korjauksissa joudutaan kysymään asiakkaalta korjauslupa, ellei korjauslupaa ole jo valmiiksi myönnetty työmääräyksellä. Huollon tai korjauksien aikana mahdollisesti havaitut viat kirjataan työmääräykseen, ja mekaanikko ilmoittaa näistä sekä vaadittavasta lisääjasta hallityönjohtajille. Hallityönjohtaja ottaa huollon aikana asiakkaaseen yhteyttä havaittujen vikojen osalta, jotta viat saataisiin samalla kertaa korjattua. Asiakkaan informoinnilla on suora vaikutus auton luovutukseen, sillä se auttaa huoltomyyjää, kun asiakas on tietoinen tehdyistä toimenpiteistä. Opinnäytetyön tekijän työssä onkin kokemuksen perusteella havaittu hyväksi soittaa asiakkaalle aina ennen luovutusta, mikäli autossa on ollut pidempi vianmääritys tai korjaus. Tätä kautta saadaan oikea henkilö asiantuntevasti puhelimitse kertomaan tehdyt työt asiakkaalle. Näin ollen asiakkaalle jää vähemmän kysymyksiä hänen saapuessaan noutamaan autoaan ja välttään myös usein turhilta väittelyiltä.

Lopuksi mekaanikko täyttää lopputarkastuslistan, jonka avulla saadaan vielä lisävarmistus huollon moitteettomasta suorituksesta. Tarkastuslistan täytön jälkeen huollon suorittanut mekaanikko suorittaa koeajon, jossa todetaan auton olevan valmis asiakasta varten. Koeajon jälkeen mekaanikko vie työmääräyksen sille määrättyyn lokeroon laskutusta varten.

2.6 Luovutuksen valmistelu

Luovutuksen valmistelu koostuu pääosin laskutuksesta. Laskutusta aloittaessaan hallityönjohtaja laittaa ensimmäisenä asiakkaalle viestin valmistumisesta hintoineen. Tällä tavoin viesti saadaan lähetettyä mahdollisimman aikaisin, sillä viestit lähtevät Automasterin järjestelmän kautta pienellä viiveellä. On siis erityisen tärkeää, että viesti saadaan lähetettyä ajoissa, sillä se näkyy suoraan iltapäivän puhelinliikenteessä. Suurin osa iltapäivän puhelusta tulee suoraan asiakkailta, jotka tiedustelevat autojensa huollon tilanteesta.

Kuva 5 havainnollistaa puheluiden kokonaismäärää kuukauden ajalta helmikuussa 2018. Vaakatasossa näkyy kellonajat ja pystyakselilla puheluiden määrä kyseisenä kellonaikana kuukauden aikavälillä. Tummansininen väri, joka on kuvassa kolmanneksi korkein, kuvaa BMW-huoltoa koskevien puheluiden määrää. Autokeskuksen puhelinpalveludatan (kuva 5) mukaan eniten puheluita tulee klo 9.00–11.00 ja seuraava kiireellinen hetki puhelinpalvelussa on 13.00–15.00.



Kuva 5. Autokeskuksen puhelinpalveludata (Autokeskus Oy 2018).

Laskutuksen valmistelussa hallityönjohtaja tarkistaa, että mekaanikojen leimaukset ovat oikein työmääräyksellä. Lisäksi kaikkien työvaiheiden ja osien tulee olla myyty työlle ja tarvittaessa tässä vaiheessa voidaan lisätä puuttuvat yksityiskohdat. Seuraavaksi hallityönjohtaja varmistaa, että mekaanikojen havaitsemat viat ovat

kirjoitettuna muistiin Automasterissa. Lisäksi hän tarkistaa, onko maksajana asiakas vai pitääkö laskua jaotella vielä esimerkiksi tehtaantakuuseen. Lopuksi tehdään tarvittaessa uusi tarjouspohja asiakkaalle korjaamalla havaituista vioista. Kun tarjous on tehty, hallityönjohtaja soittaa asiakkaalle ja varaa uuden ajan mahdollisille lisäkorjauksille. Tällä tavoin saadaan asiakas heti tietoiseksi autonsa vioista ja toivottavasti korjauttamaan autonsa uudelleen yrityksessä.

Kun kaikki on kirjattuna työmääräykseen, voidaan työmääräys laskuttaa. Viimeistään tässä vaiheessa lähetetään asiakkaalle valmistumisviesti kustannustietoineen, mikäli sitä ei ole aikaisemmin muistettu laittaa. Lopuksi laitetaan laskutettu työmääräys valmiiksi oikeaan lokerikkoon odottamaan asiakkaan tuloa. Näin kaikki on valmiina asiakasta varten ja vältetään turhilta odotteluilta.

2.7 Auton luovutus asiakkaalle

Auton luovutus on tärkeä viimeistely hyvälle asiakaskokemukselle. Tällöin annetaan asiakkaalle huollon suorituksesta viimeinen vaikutelma, jonka perusteella asiakas usein tuo uudelleen auton huoltoon. Hyvällä asiakaspalvelulla voidaan pelastaa myös huollossa tapahtuneita virheitä. Huoltomyyjällä onkin oltava hyvä tilannetaju, jonka avulla hän voi esimerkiksi onnistua saamaan epäonnistuneenkin huollon käännytettyä positiiviseksi kokemukseksi asiakkaan näkökulmasta.

Auton luovutustilanne lähtee siitä, kun asiakkaalle on ilmoitettu auton olevan valmis soittamalla, tekstiviestillä tai sähköpostilla. Asiakkaan saapuessa takaisin noutamaan omaa autoansa pyydetään auton vastaanoton yhteydessä huoltomyyjän antama työmääräyksen kopio asiakkaalta. Työmääräyksen kopiolla voidaan varmistaa, että asiakas hakee oman autonsa huollosta. Samalla pyydetään mahdollisen sijaisauton avaimet takaisin.

Luovutustilanteessa huoltomyyjä käy asiakkaan kanssa työmääräyksen läpi, niin että kaikki sovitut asiat ovat tehtyinä sovitulla hinnalla. Useimmiten asiakas on jo kuitenkin tietoinen siitä, mitä autolle on korjaamalla tehty. Lopussa ilmoitetaan asiakkaalle seuraavan huollon ajankohdasta ja kirjataan se työmääräykselle tai luovutuskansioon.

Asiakkaan ollessa tietoinen tehdyistä töistä voidaan suorittaa veloitus. Tämän jälkeen kerrotaan asiakkaalle oman auton sijainti ja hyvästellään asiakas.

2.8 Uusintakäynnit

Opinnäytetyön tekijän kokemuksen mukaan asiakkaat toivovat, että kaikki viat saadaan hoidettua yhdellä huoltokäynnillä. Jälkimarkkinointipäällikkö Ismo Väisäsen kanssa käydyn puhelinkeskustelun (22.3.2018) perusteella noin 5–10 % tehdyistä töistä johtaa uusintakäynteihin. Uusintakäynti voi johtua monesta eri syystä, kuten esimerkiksi osan puutteesta, vian uusiutumisesta tai korjauksen puutteellisuudesta. Normaalin huoltoprosessin tapaan myös uusintakäynnit on tärkeää hoitaa alusta loppuun kunnolla, sillä kolmas korjaamokäynti alkaa jo hermostuttaa asiakasta.

Asiakas voi luokitella uusintakäynniksi myös vianmääritystä seuraavan korjauksen. Kun ensimmäinen käyntikerta on varattu vianmääritykseen, uusintakäynniksi luokitellaan vianmäärityksen perusteella tehtävä korjaus, jota varten on varattu uusi aika. Edellä mainitun takia jo vianmääritystä varattaessa asiakkaalle kerrotaan, että korjaukselle voi joutua varaamaan uuden ajan muun muassa osien puutteen takia.

Aina osia ei kuitenkaan löydy valmiiksi korjaamon varastosta, jolloin osat joudutaan tilaamaan. Suurin osa uusintakäynneistä johtuu jälkimarkkinointipäällikön mukaan juuri osien puutteesta. Yleisimpiä osia on aina varastossa, mutta mikäli menekki on alle kuusi kappaletta vuodessa, osaa ei todennäköisesti löydy valmiiksi hyllystä. Menekin lisäksi myös osan hinta vaikuttaa siihen, onko sitä varastossa vai ei.

Asiakkaan tullessa uusintakäynnille on varmistettava, että kaikki tarvittavat osat on valmiiksi tilattu. Mikäli asiakkaalle tulee kolmas käynti korjaamolla, joudutaan usein turvautumaan hyvityksiin, kuten alennuksiin tai ilmaiseen sijaisautoon. Ne puolestaan vievät katetta tehtäviltä korjauksilta.

3 Asiakaspalvelun merkitys huoltomyyjän prosessissa

Kolmannessa luvussa käsitellään asiakaspalvelun laadun tärkeyttä palvelukokemuksen onnistumisen kannalta. Lisäksi tarkastellaan vastaväitteiden käsittelyä ja hankalien asiakkaiden kohtaamista onnistuneesti loppuun asti. Onnistuneella asiakaspalvelukokemuksella pyritään saamaan asiakkaalle mieluisa kokemus huollosta, jolloin hän saattaa uudelleen asioida yrityksessä ja parhaimmassa tapauksessa mainostaa yritystä lähipiirilleen.

3.1 NPS-luku asiakastyytyväisyyden mittarina

Asiakaspalvelun tavoitteena on saada uusia asiakkaita ja sitouttaa jo olemassa olevat asiakkaat yrityksen palveluihin. Palvelun onnistumisen varmistamiseksi henkilökunnalle asetetaan erilaisia tavoitteita ohjaamaan päivittäistä toimintaa haluttuun suuntaan. Asetettujen tavoitteiden pohjalta toimintaa on helppo seurata ja analysoida sekä tarvittaessa tehdä muutoksia esille tulleisiin ongelmakohtiin. Autokeskuksen BMW-huollossa huoltomyyjille asetettuja tavoitteita mitataan NPS (Net Promoter Score) -lukujen avulla. NPS-luku kuvaa asiakkaiden tyytyväisyyttä ja suosittelupotentiaalia asteikolla 0–10. Tarkastelun kohteena Autokeskuksella on kolme eri osa-aluetta: henkilö- ja osastokohtainen asiakastyytyväisyys sekä puhelinpalvelu. Osa huoltomyyjän palkan provisio-osuudesta muodostuu edellä mainittujen NPS-lukujen pohjalta.

NPS-luku perustuu Autokeskuksen lähettämiin asiakaspalautekyselyihin. Jokaisen huollon jälkeen kysely lähetetään tekstiviestillä, johon asiakas halutessaan voi vastata. Huoltomyyjän tulisi kerätä vähintään 10 asiakaspalautetta saadakseen otannan henkilökohtaiselle asiakastyytyväisyyksmittaukselle. Muussa tapauksessa mittaustulos tulee osastokohtaisesta asiakastyytyväisyydestä. Lopulta asiakkaan antama palaute ohjautuu työnvastaanottajalle, joka on muuttanut ajanvarauksen työmääräykseksi. Asiakkaan antaessa huollosta tai asiakaspalvelusta alle seitsemän arvosanan otetaan asiakkaaseen yhteyttä ja selvitetään, miksi arvosana on alhainen. Palautteilla voidaan kehittää huoltoa parempaan suuntaan, sillä ilman sitä ei voida tietää, mikä huollossa sujui hyvin ja mikä huonosti. Lisäksi myös BMW mittaa omilla käytössä olevilla mittareilla huoltomyyjiä lähettäen asiakkaille sähköpostia huollon jälkeen.

Kuvasta 6 nähdään opinnäytetyön kirjoittajan henkilökohtainen NPS-luku helmikuulta 2018. Palautteita oli tullut yhteensä 22 kappaletta, ja niiden keskiarvo oli 9,09. Palautekyselyyn vastaajista 5 % antoi arvosanan 2, 14 % arvosanan 8, 27 % arvosanan 9 ja 55 % arvosanan 10. Kaikki 0–6 arvosanan antaneet luokitellaan arvostelijoiksi, 7–8 passiivisiksi ja 9–10 suosittelijoiksi.

Huoltomyyjä	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Palaut.	Ka	NPS
Heinonen Samu			1 (5%)						3 (14%)	6 (27%)	12 (55%)	22	9,09	77,3

Kuva 6. Samu Heinosen henkilökohtainen NPS helmikuulta 2018 (Autokeskus Oy 2018).

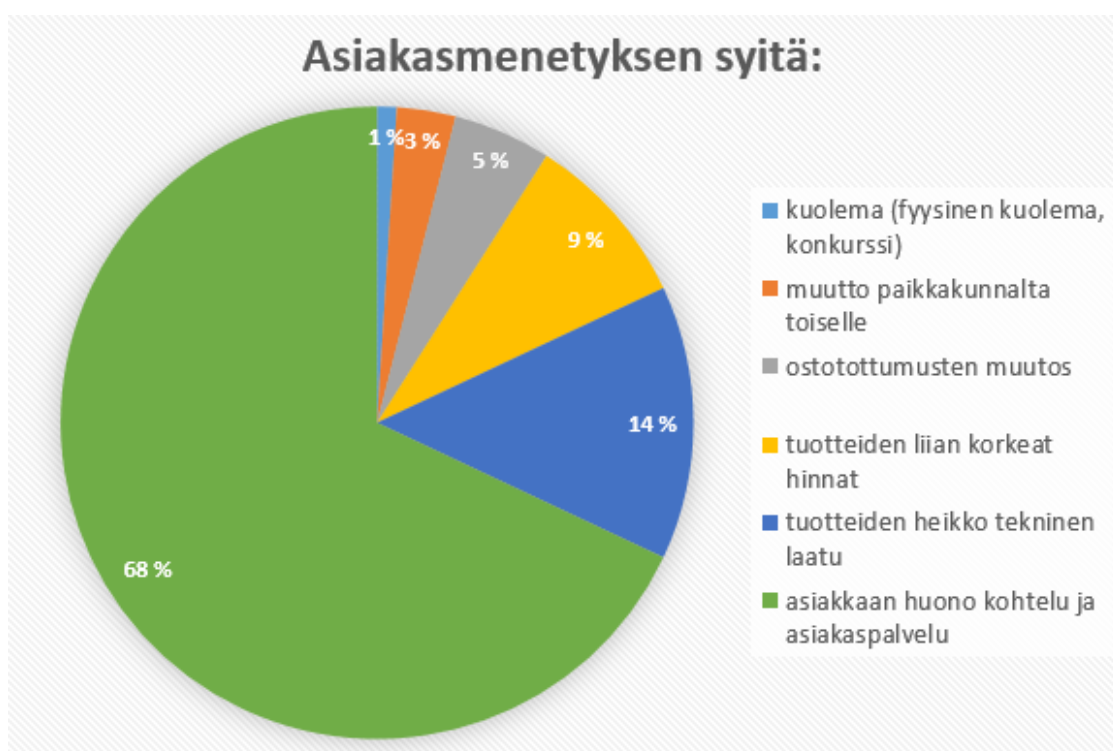
Lopullinen NPS-luku saadaan vähentämällä arvostelijat suosittelijoista, minkä jälkeen saatu luku jaetaan kaikkien palautteiden lukumäärällä ja kerrotaan 100:lla. Edellä mainitun perusteella lopulliseksi NPS-luvuksi tuli 77,3 $[(18-1) / 22 * 100]$. Mikäli palautteiden määrä olisi alhaisempi, tulisi yksi huonompi arvosana vaikuttamaan painavammin NPS-tulokseen.

3.2 Asiakaspalvelun laadun merkitys

Nykyään yhteiskunnan kehittyessä asiakas on aiempaa vaativampi ja kriittisempi. Asiakkaat odottavat laadukasta palvelua ja halpaa hintaa. Edellä mainittuun yhtälöön vastaaminen on erittäin haasteellista yrityksille, sillä yrityksen edellytys on voiton tuottaminen. Kysyntä ja asiakkaiden kasvavat vaatimukset edellyttävät myös yrityksiltä panostusta henkilökunnan jatkuvan koulutuksen muodossa, jotta taataan laadukas palvelu. Tämä kuitenkin tarkoittaa sitä, että yrityksen kustannukset nousevat ja asiakkaat odottavat palvelun hinnan pysyvän samana. (Aarnikoivu 2005: 14–15.)

Asiakaspalvelun laatuun vaikuttaa moni asia, kuten esimerkiksi asenne, työilmapiiri ja ammattitaito. Asiakaspalvelun ja huollon laatuun pystyy jokainen työntekijä osaltaan itse vaikuttamaan. Iso tekijä laadun kannalta on ammattitaito omaa työtään kohtaan. Suorittamalla omat tehtävänsä päivittäin ammattitaidolla, päästään pitkälle asiakaspalvelun laadussa.

Jo aikaisemmin on mainittu asiakaspalvelun tärkeydestä ja kuvasta 7 voidaan havaita, että isoin osa asiakasmenetyksistä johtuu juuri asiakkaan huonosta palvelusta. Mikäli asiakkaalla on mahdollisuus valita kahden yrityksen välillä samasta tuotteesta eikä hinnoissa ole merkittäviä eroja, asiakkaan valintaperusteeksi nousee palvelukokemuksen laatu. (Aarnikoivu 2005: 21.) Asiakaspalvelijan olisikin siis hyvä tietää, kuinka vaikeaa on saada menetetty asiakas takaisin yritykselle, sillä asiakkaat ovat elinehto yrityksen toiminnalle. Menetetyn asiakkaan takaisinsaamiseksi voidaan tarvita jopa 27-kertainen markkinointipanos. (Aarnikoivu 2005: 87.)



Kuva 7. Asiakasmenetyksen syitä (Aarnikoivu 2005: 22).

Asiakaspalvelun laadulla voidaan saada huomattavasti yritykselle näkymätöntä mainosta, mikäli asiakas suosittelee yritystä ystävilleen. Tyytyväinen asiakas hoitaa itsestään ”suusta suuhun” -markkinointia, jonka sanotaan olevan tehokkainta markkinointia. Tyytyväiset asiakkaat lisäävät uusintaostojen todennäköisyyttä. Lisäksi hyvän asiakastyytyväisyyden myötä vähenevät, myös reklamaatiot ja uusintakäynnit jotka syövät aikaa ja rahaa yritykseltä. (Rubanovitsch ym. 2007: 169.)

Asiakkaan tyytyväisyys perustuu jo aikaisemmin koettuun hyvään palvelukokemukseen. Tason ylläpitämiseksi ja sen kautta asiakkaan säilyttämiseksi on kaikki huollon prosessin vaiheet tehtävä vähintään yhtä hyvin kuin aikaisemminkin. Asiakkaan luottamus yritystä kohtaan perustuukin toistuvasti hyviin palvelukokemuksiin. Kuitenkaan hyvän palveluelämyksen tuottaminen ei vaadi isoja uhrauksia tai lahjomista. Pelkästään jo asiakaspalvelijan hymyileminen tai sijaisauton hakeminen oven eteen voi tuottaa positiivisen kokemuksen. On siis ensiarvoisen tärkeää säilyttää asiakkaan luottamus ja positiivinen asenne yritystä kohtaan, sillä tiedetään, kuinka vaikeaa on saada pettynyt asiakas takaisin asiakkaaksi. (Aarnikoivu 2005: 93–96.)

3.3 Resurssit

Resursseilla voidaan tarkoittaa aineellisia ja aineettomia resursseja. Aineellisia ovat esimerkiksi käytettävät laitteet, toimitilat ja raha. Aineettomia puolestaan esimerkiksi työntekijöiden ammattitaito ja organisaation johtamiskyky. Resurssien käyttäminen aiheuttaa kustannuksia, mutta se, kuinka hyvin resursseja käytetään, vaikuttaa yrityksen toimivuuteen ja kannattavuuteen. (Resurssit eli tuotannon tekijät 2007.)

Resurssit ovat iso osa asiakastyytyväisyyttä, sillä on mahdotonta menestyä pidempään kilpailussa, mikäli resurssit eivät ole kohdallaan. Resurssien puute havaitaan nopeasti esimerkiksi asiakaspalvelun laatuna, työntekijöiden kireytenä ja asiakaspalvelijoiden määrässä. Henkilöstöä voidaankin Viitalan (2013: 183) mukaan pitää yrityksen kriittisimpänä menestyksen tekijänä.

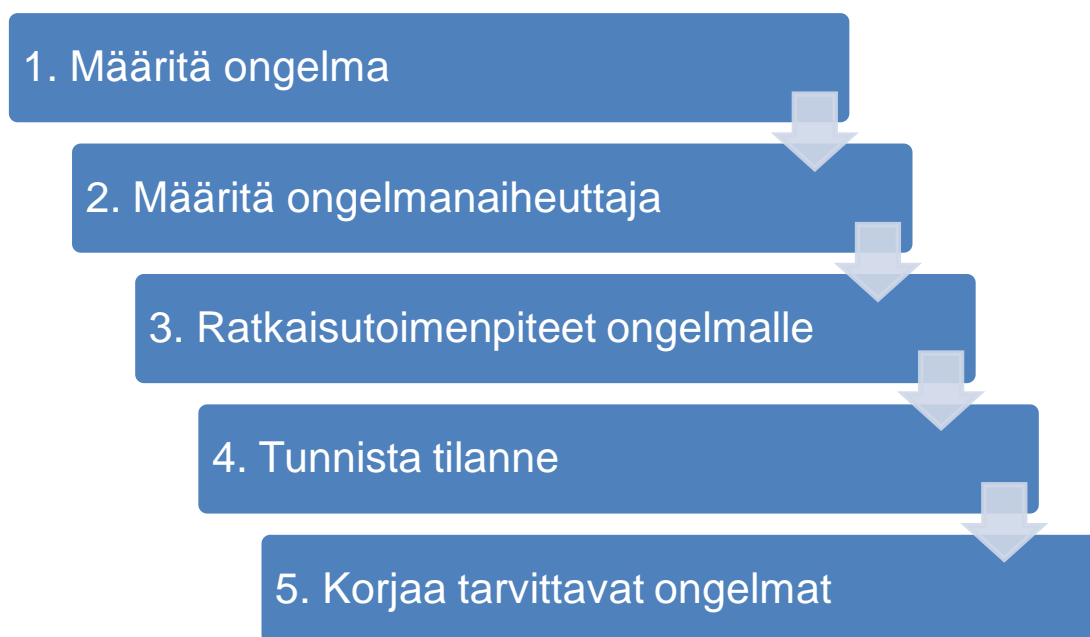
Opinnäytetyön kirjoittajan kokemuksen mukaan liian vähällä huoltomyyjien määrällä ei pystytä tarjoamaan asiakkaalle parasta palvelukokemusta. Vaikka siis oma asenne olisi kohdallaan, niin työvoiman vähyys turhauttaa asiakasta esimerkiksi pitkien jonojen ja sitä kautta hitaan palvelun myötä. Edellä mainittu turhautuneisuus näkyy puolestaan suoraan palautekyselyissä ja sitä kautta NPS-luvuissa eli asiakastyytyväisyydessä ja huoltomyyjien palkassa.

3.4 Vastaväitteiden käsittely

Jokainen huoltomyyjä kohtaa satunnaisesti hankalan asiakkaan työssään. Hankalien asiakkaiden käsitteleminen on haastavaa, ja usein hankaluus liittyy huollon hintaan tai muuten huollon suoritukseen. Työnsä hyvin osaava työntekijä käyttäytyy työtehtävissään luontevasti, rauhallisesti ja vakuuttavasti kohdatessaan hankalankin asiakkaan. Mikäli työntekijän ammatillinen itseluottamus on korkealla, hän sietää myös paljon paremmin stressitilanteita. Kokemuksen kautta karttuu ammattitaitoa, jonka avulla voidaan kasvattaa itseluottamusta. Oman roolinsa omaksunut työntekijä osaa myös olla kohtelias haastavissakin tilanteissa. Asiakkaan ilmaistessa turhautuneisuuttaan asiakas pyrkii laskemaan työntekijän arvoa. Vastaavissa tilanteissa on hyvä tajuta asiakkaan haluavan olevan hallitseva osapuoli. Tällaisissa tilanteissa työntekijän on kuitenkin oltava jämäkkä ja tiedostaa rajansa, joiden puitteissa voi toimia. (Hyyti ym. 2015: 50–51.)

Asiakas voidaan kokea hankalaksi kaikkine vaatimuksineen. Hankala asiakas on yleensä passiivinen, jollaisen kanssa asioiminen on vaikeaa. Mikäli ajattelee asiakasta valittajana ja pieniin yksityiskohtiin tarttujana, vaikuttaa tämä omaan työskentelyyn ja samalla koko yrityksen toimintaan. Valitusta tulisikin ajatella palautteena, jonka perusteella yrityksen toimintaa voidaan viedä eteenpäin.

Kuvassa 8 havainnollistetaan etenemisen portaat huoltomyyjän kohdatessa haastavan asiakkaan. Ensimmäinen vaihe on kaikista kriittisin, sillä asiakas on vihainen tai turhautunut johonkin asiaan. Haastavaa tilanteessa on tilanteen oikeaoppinen hoitaminen ja se, kuinka asia selitetään asiakkaalle. Ilmaisemalla asiakkaalle, että tilannetta hoidetaan, voidaan saada asiakas muuttamaan mielentilaansa. Asiakkaan puhuessa pyritään kuuntelemaan tarkasti, kirjoitetaan muistiin hänen ilmoittamansa yksityiskohdat ja lopuksi osoitetaan pahoittelut tapahtuneesta. Tilannetta pahoitellaan, vaikka syy ei välttämättä olisikaan yrityksen toiminnassa. (Evenson 2005: 165–169.)



Kuva 8. Viiden portaan prosessi haastavan asiakkaan käsittelyä varten

Seuraavassa vaiheessa tutkitaan, mistä tilanne on alkanut ja onko asiakkaalla pätevä syy vastaväitteilleen. Tärkeää on lähteä tutkimaan asiaa pikimmiten, sillä asiakas odottaa vastausta asiaan heti. Mikäli asiakas ilmoittaa asiasta soittamalla eikä huoltomyyjä osaa asiaa ratkaista heti, on asiakaspalvelijan hyvä ilmoittaa olevansa yhteydessä mahdollisimman pian. Tilanteen tutkimisen jälkeen on mietittävä, onko asiakkaan valitus aiheellinen vai aiheeton. Mikäli valitus osoittautuisikin aiheettomaksi, kannattaa huoltomyyjän puntaroida asiaa palvelukokemuksen ja tarvittavien toimenpiteiden välillä, maksaako esimerkiksi korjaus tai pesu niin paljon, että sitä ei voida asiakastyytyväisyyden takia suorittaa. Asiakkaan ollessa oikeassa on tärkeää pahoitella vielä kerran tapahtunutta ja kertoa, mistä tapahtuma on johtunut. Asiakas ei välttämättä pidä vastauksesta, mutta rehellisyyttä arvostetaan. (Evenson 2005: 170–172.)

Kolmannessa vaiheessa asiakkaalle kerrotaan, kuinka asia aiotaan ratkaista. Asiakaspalvelijan on hyvä jo etukäteen miettiä, mitä on sanomassa ja varautua asiakkaan reaktioon, sillä asiakas ei aina ole tyytyväinen tarjottuun ratkaisuunkaan. Asiakkaalle on osattava osoittaa positiiviset puolet asiasta ja luvattava vain sen verran, mihin on valtuuksia. Toisinaan voidaan yllättää asiakas positiivisesti ja tarjota hänelle enemmän kuin on pyydetty. Kokonaisuudessaan pyritään asettautumaan asiakkaan asemaan ja tarjotaan paras ratkaisu tilanteen hoitamiseksi. (Evenson 2005: 173–175.)

Neljännessä vaiheessa ongelmanaiheuttaja tuodaan työntekijöiden tietoisuuteen esimerkiksi palaverissa. Ongelma tulee käsitellä läpikotaisesti ja selvittää, miten tilanteeseen jouduttiin ja miten se voidaan estää tulevaisuudessa. Havaitut viat on tärkeä pyrkiä korjaamaan välittömästi, jotta vastaavia tilanteita ei tulevaisuudessa tule uudelleen eteen. (Evenson 2005: 176–178.)

Viimeisessä eli viidennessä vaiheessa korjataan tilanteen aiheuttaja muuttamalla yrityksen prosessia, jossa vika on havaittu. Vika voi olla pienikin ongelma, kuten esimerkiksi pesun puute katsastuspalvelun jälkeen. Tämän voisi korjata esimerkiksi niin, että mekaanikko ajaa jokaisen auton pesukadun läpi, vaikka auto olisikin menossa katsastusasemalle. Näin saataisiin aina varmistettua, että auto on käytetty pesukadun läpi ja samalla välttyttäisiin turhilta väittelyiltä asiakkaan kanssa. (Evenson 2005: 179–180.)

Väittelyiden lopputuloksena pyritään saamaan aikaan yhteisymmärrys yrityksen edustajan ja asiakkaan välille, vaikka aina se ei kuitenkaan ole mahdollista. Opinnäytetyön kirjoittajan kokemuksen mukaan pienillä hyvityksillä on kuitenkin psykologinen vaikutus positiivisen lopputuloksen aikaansaamiseksi. Pieni hyvitys voi olla esimerkiksi autonpesu, vaikka se ei normaalisti kuuluisi korjauksen yhteyteen. Positiivinen jälkimaku huollosta voi tuoda asiakkaan uudelleen vielä yrityksen palveluiden pariin, vaikka muuten jokin asia ei olisi sujunut huoltotoimenpiteissä. (Hyyti ym. 2015: 92–93.)

4 Huoltomyyjän toimintaohje huoltomyyjän prosessin läpivientiin

Tässä luvussa käydään läpi opinnäytetyön tuotoksena syntyneen huoltomyyjän toimintaohjeen suunnittelu ja tavoitteet sekä lopputulos. Luvussa kerrotaan, miten idea toimintaohjeeseen syntyi, ja se, missä muodossa lopputulos toteutettiin. Lopussa kuvataan myös lyhyesti, mitä toimintaohje pitää sisällään.

4.1 Toimintaohjeen suunnittelu ja tavoitteet

Idea toimintaohjeen suunnitteluun syntyi opinnäytetyön kirjoittajan tarpeen pohjalta heti Autokeskuksella työskentelyn aloittamisen jälkeen. Aloittaminen huoltomyyjän työssä ilman minkäänlaista kokemusta tai tietämystä oli haastavaa. Ideaa läpikäytiin myös huoltovastaavan kanssa, jonka mukaan huoltomyyjän toimintaohjeelle oli tarvetta.

Suunnitelmana oli tehdä toimeksiantajayritykselle päivitettävä toimintaohje, joka toimii uuden BMW-huoltomyyjän tukena ja tarvittaessa myöhemmin muistiona. Ohjeen avulla uusi työntekijä voi kerrata, mitä kaikkea tulee ottaa huomioon esimerkiksi ajanvarauksen yhteydessä. Toimintaohje koostuu kuvakaappauksista eri järjestelmistä, joita työpäivän aikana pääsääntöisesti käytetään. Tavoitteena oli tehdä PowerPoint-esitys koko huollon prosessista, eteneminen huollon ajanvarauksesta aina auton luovutukseen asti. Lisäksi esitykseen haluttiin sisällyttää erilaisia päivittäisiin tehtäviin kuuluvia ohjeita, kuten esimerkiksi tyyppikilven tilaaminen, pikanäppäinyhdistelmiä Automasterin nopeampaa käyttöä varten ja tarjouksen tekemistä jälkiasenteisesta lisälämmittimestä.

4.2 Lopputulos

Opinnäytetyön tuloksena syntyi huoltomyyjän toimintaohje PowerPoint-muotoisena esityksenä. Ohjeessa käytettiin paljon kuvia ohjelmista kuten esimerkiksi Automasterista ja ISPA Nextistä, joita huoltomyyjä käyttää päivittäin työssään. Kuvien avulla pyritään havainnollistamaan aluksi monimutkaisiltakin tuntuvia järjestelmiä ja huoltoprosessia. Lopputuloksena syntyi huoltomyyjän prosessiin tarvittavasta perustiedosta sekä erilaisten tilauksien tekemisestä kokonaisuus, joka auttaa huoltomyyjää työssään.

PowerPoint-diasarja alkaa sisällysluettelolla, josta voidaan havaita toimintaohjeen laajuus. Sisällysluettelon jälkeen edetään huoltoprosessin mukaan eli käydään läpi ajanvaraus, asiakkaan vastaanotto, huollon suorittaminen, luovutuksen valmistelu, auton luovutus ja mahdollinen uusintakäynti järjestelmien käyttämisen kannalta. Toimintaohje sisältää myös Automasterissa käytettäviä varaosa-, työ- ja ohimyyntikoodeja sekä pikanäppäinyhdistelmiä.

Toimintaohjeessa kuvataan ETK-varaosaohjelmaa eli kuinka sieltä löydetään oikea varaosa ja miten sitä tulkitaan. Päivittäisiin töihin kuuluu myös valmistajan tyypikilpien, lukkopulttien ja lentohuollon tilaaminen sekä online-ajanvaraukset, jotka kaikki käydään ohjeessa läpi. Lisäksi huoltomyyjälle annetaan perusidea, miten BMW:n huoltosopimuksia ja jatkotakuita myydään ja näytetään, kuinka autoon tilataan esimerkiksi Defan valmis lämpöpaketti tai oikeat renkaat Autokeskuksen omilta sivuilta. Toimintaohje sisältää myös yksittäisiä käytännön neuvoja, joista on apua arjen tilanteissa.

5 Yhteenveto

Opinnäytetyön tarkoituksena oli käydä läpi huoltomyyjän prosessi ja kuvata, kuinka tärkeää asiakaspalvelu on huoltomyyjän työssä. Prosessin kuvauksessa hyödynnettiin laajalti kirjoittajan omia kokemuksia huoltomyyjän työstä. Asiakaspalvelun merkityksen kokoamisessa käytettiin lisäksi myös erilaisia teorialähteitä apuna. Opinnäytetyön liitteenä tehtiin toimintaohje Autokeskus Airportin BMW huollolle.

Kirjoittajan näkemyksen mukaan isoin tekijä huollon onnistumisessa on ammattitaitoinen henkilökunta, jonka ryhmätyöskentely onnistuu vaivatta sekä kemiat kohtaavat muiden työntekijöiden kanssa. Tärkeää on siis työskentelymukavuus ja tekemisestä nauttiminen päivittäin. Kaikkien huoltomyyjien tulisiikin toimia yhtenäisesti asianmukaisessa järjestyksessä, jolloin saadaan minimoitua virheet, kuten tilaamatta jääneet sijaisautot tai epäselvät työmääräykset. Pienet virheet koituvat asiakkaille monesti huonoksi palvelukokemukseksi.

Kolmannen luvun teema, asiakaspalvelun merkitys huoltomyyjän prosessissa, tulee huomioida jokapäiväisessä tekemisessä. Asiakkaan kokema palvelu erottelee suosittelevat asiakkaat menetetyistä asiakkaista. Jokaisen huoltomyyjän tulee

keskittyä positiivisen palvelukokemuksen luomiseen koko prosessin ajan jokaisen asiakkaan kohdalla.

Työn tuloksena syntyi kattava toimintaohje, jolla voidaan antaa tukea uuden huoltomyyjän opastukseen. Ohjeen tarkoitus on myös toimia kokeneemmankin huoltomyyjän apuna. Työhön tuli tekijän yli vuoden ajan kerätyn työkokemuksen kautta tietoutta erilaisista tilanteista ja niiden hoitamisesta. Viime aikoina Autokeskus Airportin palveluksessa olevat huoltomyyjät ovat vaihtuneet paljon, joten ohje päivittäisten työtehtävien hoitamiseen tulee suoraan tarpeeseen.

Työn laajuus rajattiin huoltomyyjän päivittäisiin työtehtäviin huollon prosessin aikana pois lukien esimerkiksi takuutöiden anomiset. Takuiden tekemiseen opinnäytetyön tekijä ei ottanut kantaa, sillä tähän olisi tarvittu koulutusmateriaalia ja takuukoulutuksia maahantuojalla, jotta nämä asiat voi opettaa varmasti oikein myös muille. Tällä hetkellä vain puolet huoltomyyjistä osaa tehdä takuuanomuksia, joten tämä osaaminen olisi hyvä jakaa kaikille toimihenkilöille. Kehitysideana toimintaohjeeseen voisikin lisätä takuuanomusten tekemisohteet kyseisen koulutuksen käyneen henkilön toimesta, sillä takuuanomuksia tulee monta kappaletta päivittäin. Loppujen lopuksi toimintaohjeesta tuli kollegoille kattava kokonaisuus, josta on varmasti apua ongelmatilanteissa.

Lähteet

Aarnikoivu, Henrietta. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: Talentum Media.

Autokeskus Oy lyhyesti. Verkkodokumentti. Autokeskus Oy.
<<https://www.autokeskus.fi/autokeskus/>>. Luettu 5.2.2018.

Asiakasviestit. 2018. Intranet. Autokeskus Oy. Luettu 1.3.2018.

Evenson, Renee. 2005. Customer service training 101: Quick and easy techniques that get great results. Amacom.

Huolenpitosopimushinnasto. 2017. Verkkoaineisto. BMW.
<https://www.bmw.fi/content/dam/bmw/marketFI/bmw_fi/ladattavat/huolenpitosopimushinnastot/BMW_Huolenpitosopimus_3-sarja.pdf.asset.1509381196938.pdf>. Luettu 21.4.2018.

Hyyti, Jari, Kauppila, Jaakko, Koskelainen, Mari & Rantaeskola, Satu. 2015. Haastavat asiakastilanteet: väkivalta työssä. Helsinki: Talentum Media.

Puhelinpalveludata. 2018. Intranet. Autokeskus Oy. Luettu 1.3.2018.

Rubanovitsch, Mika D. & Aalto, Elina. 2007. Myy enemmän – myy paremmin. Helsinki: WSOYpro.

Resurssit eli tuotannon tekijät. 2007. Tampereen kaupunki / Tampereen ammattiopisto. Verkkoaineisto. <<http://koulut.tampere.fi/materiaalit/os/lt/resurssit.html>>. Luettu 1.3.2018.

Viitala, Riitta & Jylhä, Eija. 2013. Liiketoiminta osaaminen – menestyvän yritystoiminnan perusta. 6., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Väisänen, Ismo. 2018. Jälkimarkkinointipäällikkö, Autokeskus Oy Airport. Puhelinkeskustelu 22.3.2018.

Määräaikaishuolto. Autokeskus Oy.
<<https://www.autokeskus.fi/bmw/huoltopalvelut/maaraaikaishuolto/>>. Luettu 21.4.2018.